1. INTRODUCCIÓN

La actividad de comprar implica, para quienes adquieren productos o servicios, la responsabilidad de identificar necesidades claras y proveedores adecuados. En este sentido, en relación directa a la función de compra que se encuentra en cabeza del Ministerio del Interior y de conformidad con los lineamientos de la Agencia Nacional de Contratación Pública (ANCP), Colombia Compra Eficiente (CCE), es indispensable que la entidad identifique su necesidad, los potenciales proveedores para satisfacer dichas necesidades y la manera como éstos se mueven en el mercado del producto y/o servicio a adquirir.

De conformidad con el Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, se realiza el presente estudio de sector para desarrollar los lineamientos organizacionales, económicos, técnicos, legales, financieros, y de análisis de riesgos, con el propósito de generar buenas prácticas que propendan por la promoción de la competencia en materia de contratación pública.

2. OBJETO CONTRACTUAL

"Prestar los servicios técnicos y administrativos al ministerio del interior para el fortalecimiento de las ligas y asociaciones de consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "boletín del consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera".

De acuerdo con el objeto contractual anteriormente descrito, la clasificación de bienes y servicios del Sistema de Codificación Estándar de Naciones Unidas (UNSPSC) y en concordancia con el Sistema Electrónico para la Contratación Pública (SECOP), al presente proceso le corresponde el siguiente código:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
F	82000000	82110000	82111900	82111902	Servicios de boletines informativos de interés especial

3. ASPECTOS GENERALES

El Ministerio del Interior debe analizar los aspectos generales que orientan la movilidad y el desarrollo del mercado específico para el bien y/o servicio requerido y que son esenciales en el proceso de contratación en relación directa con el objeto contractual, lo que para este caso corresponde con el sector terciario (de servicios). Por tanto, en atención al deber indicado en el Decreto 1082 de 2015 y atendiendo al principio de planeación, se presenta a continuación, el respectivo análisis:

a. Marco organizacional:

La Dirección para la Democracia, la Participación Ciudadana y la Acción Comunal, del Ministerio del Interior, tiene como misionalidad "apoyar el desarrollo de programas de impacto nacional, departamental, distrital o municipal que *aseguren la promoción de la participación ciudadana*". Así pues, en cumplimiento de sus funciones, la Dirección ha venido desarrollando desde hace **más de veinte (20) años** con la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), una alianza estratégica para el beneficio del Estado, la Comunidad y los consumidores en general, la cual consiste en llevar mensajes institucionales a través del espacio del **Boletín del Consumidor**, apoyar asociaciones de consumidores a nivel regional, atender peticiones quejas y reclamos a través de la infraestructura de la confederación, así como, la realización de varios conversatorios, entre otras actividades de información, orientación, y apoyo institucional; todo esto con el fin de fortalecer las ligas y asociaciones de consumidores del país.

Así mismo, con esta alianza estratégica el Ministerio del Interior podrá seguir poniendo en conocimiento de la ciudadanía los alcances de la gestión de la entidad, apoyándose en la misión que tiene la televisión en Colombia de ser un medio que proporciona información, educación, entretenimiento cultura y diversión a la población, por lo cual,

identifica la necesidad de apoyarse en un espacio institucional como lo es el Boletín del Consumidor como medio para exponer el trabajo que desarrolla el Ministerio.

Ahora bien, es importante mencionar que el Boletín del Consumidor es un *"programa de televisión que orienta a los consumidores y usuarios en la protección de sus derechos y en el cumplimiento de sus deberes"*, el cual se comenzó a trasmitir desde el año 1970 en cabeza de la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) fundada en el mismo año como *"Federación de Federaciones, ya que está integrada por organizaciones sindicales, de pensionados, padres de familia, amas de casa, profesionales cívicas y comunitarias siendo la organización más representativa de los consumidores colombianos"*.

En este sentido, teniendo en cuenta que la CCC es la entidad que cuenta con la propiedad intelectual y legal del Boletín del Consumidor y que **es la única entidad que puede brindar espacios al Ministerio del Interior** a través de este programa de televisión para dar a conocer los proyectos, programas y políticas que interesan a los consumidores y comunidad en general, se ratifica como la empresa con la exclusividad para realizar este tipo de contrato en razón a que no existe, en este caso, pluralidad de oferentes en el mercado colombiano que puedan brindar los servicios requeridos por el Ministerio.

La Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) es una entidad privada sin ánimo de lucro cuya finalidad es proteger, promover y garantizar los derechos de los consumidores, además de luchar contra el incremento del costo de vida y fomentar la productividad en general. Fue fundada en el año 1970 y tiene la misión de *"Apoyar la creación y el fortalecimiento de asociaciones y ligas de consumidores, con el fin de garantizar el respeto de los derechos de los consumidores a la representación, la protección, la educación, a informar y ser informados, a la indemnización, a la libre elección de bienes y servicios y a ser oídos por los poderes públicos y demás, en cumplimiento de la directriz aprobada por la ONU y suscrita por Colombia (Resolución 39/248 de la Asamblea General del 9 de abril de 1985 y demás normas concordantes). Para ello, se harán los esfuerzos necesarios para preservar los espacios consagrados en la Constitución y la Ley en defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios"*.

En el mismo año, 1970, la CCC inicia también el programa de televisión, el Boletín del Consumidor, con el propósito de *educar, informar y proteger* en su condición de consumidores a los hogares colombianos de la mano de uno de los personajes más reconocidos y queridos del país, "Tal Cual". *"La esencia del personaje se fundamenta en el humor, la realidad y los sueños, así como, en el principio de "Mantener su libertad de pensamiento, respetando también el pensamiento de todos los demás" y la función de "ser un buscador de respuestas claras, sencillas y veraces, que puedan servir a quien le interese (...)"*.

Dicho esto, es preciso señalar que el Boletín del Consumidor a través del personaje animado "Tal Cual" se ha convertido en una marca que intenta, en lo posible, velar por los derechos de los colombianos generándoles herramientas que les ayuden a conocer y proteger lo que por ley les corresponde, y en este sentido, tanto el programa televisivo como la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) de cara a su misión y objetivos organizacionales, se reafirma como la entidad indicada para realizar la alianza estratégica que busca el Ministerio del Interior con el fin de fortalecer las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera.

b. Marco económico:

Según la teoría económica clásica, los sectores de la economía son los siguientes: sector primario (agropecuario), sector secundario (industrial) y sector terciario (de servicios). **El sector terciario o de servicios** *"Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc."* (cursiva fuera del texto).

Teniendo en cuenta lo anterior y la necesidad de la Entidad, la contratación de referencia se encuentra enmarcada dentro del sector terciario o de servicios.

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, presentamos un análisis del sector, buscando promover las buenas prácticas, la transparencia y la promoción de la competencia leal en el proceso de la contratación y de esta manera lograr los objetivos de eficacia, eficiencia, promoción de la competencia y manejo del riesgo en la ejecución del contrato a ser celebrado.

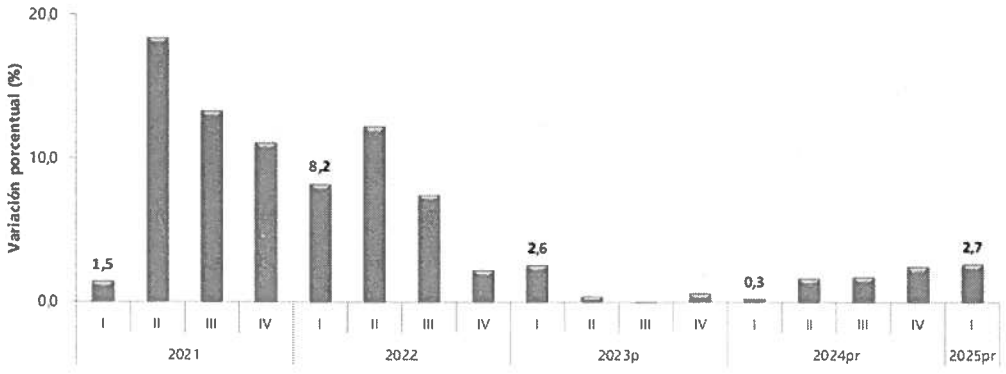
La economía clásica colombiana establece que son tres los grandes sectores de la economía, (Sector primario o sector agropecuario, Sector secundario o sector Industrial y Sector terciario o sector de servicios), nuestro estudio se basa en el sector terciario que es uno de los más desarrollados, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), aloja más del 80 % de la fuerza laboral del país.

Aspectos Generales del Mercado

- **Comportamiento del Producto Interno Bruto (PIB) [1]**

Los datos estadísticos que tomamos a continuación son de fuentes de información que nos reporta el PIB del año inmediatamente anterior a esta contratación, con el fin de lograr conclusiones más robustas para realizar nuestro estudio.

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2021-I / 2025[pr]-I



Fuente: DANE, PIB_T
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[p]preliminar
[r]provisional

En el primer trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,7% respecto al mismo periodo de 2024pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y

[1] Consultado en: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib
Fecha de consulta -19 de mayo de 2025

almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,9% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 7,1% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 15,5% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual). Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,8%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,1%.

• Actividades financieras y de seguros crece 1,0%.

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 0,6%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2025^{Pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2025^{Pr}-I / 2024^{Pr}-I	2025^{Pr}-I / 2024^{Pr}-IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	7,1	-0,2
Explotación de minas y canteras	-5,0	0,2
Industrias manufactureras	1,4	0,2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	-1,2	0,3
Construcción	-3,5	-1,8
Comercio al por mayor y al por menor[3]	3,9	0,4
Información y comunicaciones	0,7	-1,0
Actividades financieras y de seguros	3,3	1,0
Actividades inmobiliarias	2,1	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,0	0,6
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	3,5	0,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	15,5	4,1
Valor agregado bruto	**2,7**	**0,6**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,2	-0,3
Producto Interno Bruto	**2,7**	**0,8**

Fuente: DANE. PIB_T

Actividades profesionales, científicas y técnicas

En el primer trimestre de 2025pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,9%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,1%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 0,6%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,6%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,6%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2025pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2025pr-I / 2024pr-I	2025pr-I / 2024pr-IV
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,9	0,6
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1,1	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**1,0**	**0,6**

Fuente: DANE,PIB_T
pr preliminar
[1]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[2]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Enfoque del gasto

En el primer trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original crece 2,7% respecto al mismo periodo de 2024pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos del componente del gasto (ver tabla 14):

- Gasto en consumo final crece 3,8%.
- Formación bruta de capital crece 8,3%.
- Exportaciones crecen 2,4%.
- Importaciones crecen 11,9%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto crece en 0,8%, en su serie ajustada por efecto estacional y calendario. Cuando se observa el comportamiento de sus componentes:
- Gasto en consumo final crece 1,1%.
- Formación bruta de capital crece 0,2%.
- Exportaciones decrecen 0,8%.
- Importaciones crecen 2,2%.

Tabla 14. Componentes del gasto
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2025[pr]

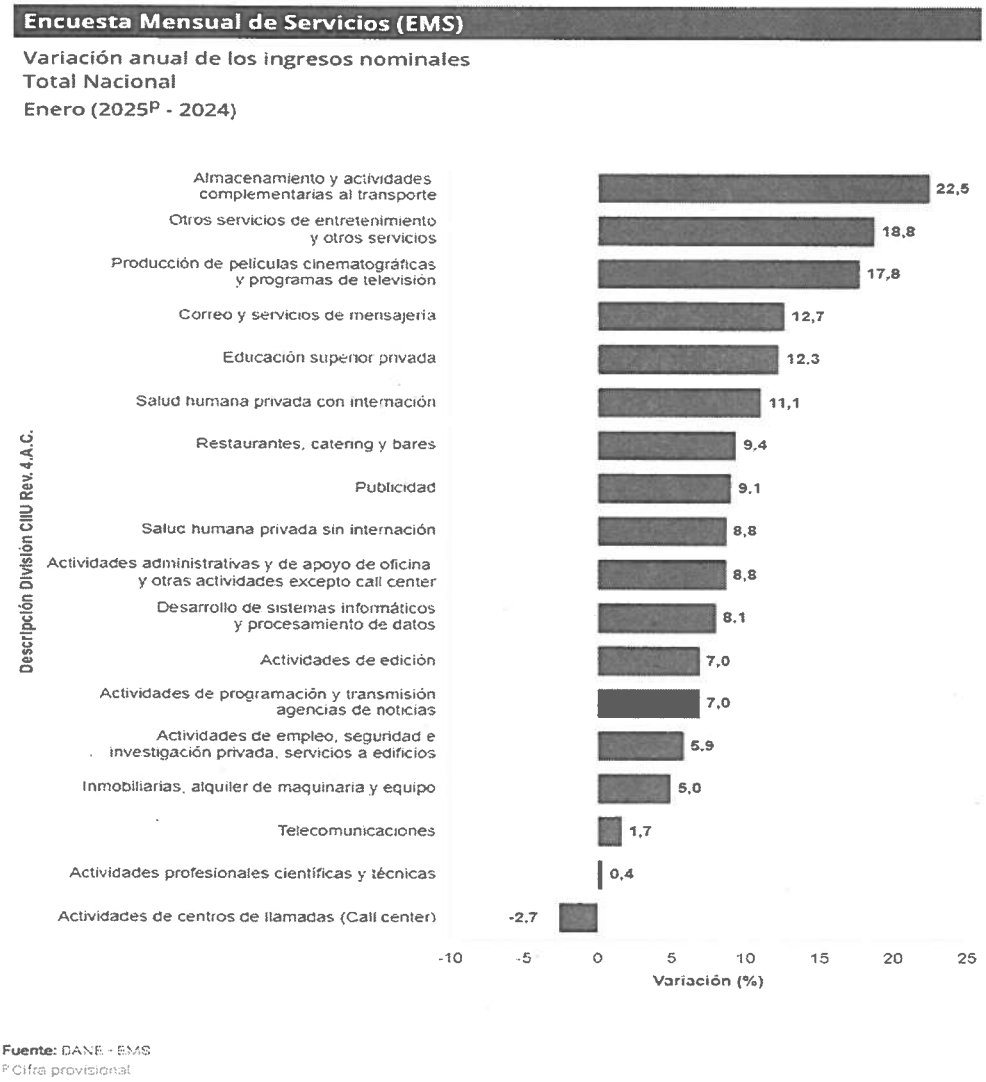
Componentes del gasto	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2025[pr]-I / 2024[pr]-I	2025[pr]-I / 2024[pr]-IV
Gasto de consumo final[2]	3,8	1,1
Formación bruta de capital[3]	8,3	0,2
Exportaciones	2,4	-0,8
Importaciones	11,9	2,2
Producto Interno Bruto	**2,7**	**0,8**

Fuente: DANE, PIB_T
[pr]preliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
[2]El gasto en consumo final incluye el gasto de consumo final individual de los hogares; gasto de consumo final de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares y gasto de consumo final del gobierno general.
[3]La formación bruta de capital incluye la formación bruta de capital fijo, la variación de existencias y la adquisición menos disposición de objetos valiosos.

- **Encuesta Mensual de Servicios**

En enero de 2025, diecisiete de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con enero de 2024. En enero de 2025, cuatro de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con enero de 2024. En enero de 2025, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con enero de 2024.

En el año móvil hasta enero de 2025, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, cinco presentaron incremento en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron aumento en los salarios, en comparación con el mismo periodo comprendido hasta enero de 2024.



Fuente: DANE - EMS
P Cifra provisional

➢ **Índice de Precios al Consumidor[2]**

Es una medida del cambio (variación), en el precio de bienes y servicios representativos del consumo de loshogares del país conocido como canasta.

En abril de 2025 la variación mensual del IPC fue 0,66%, la variación año corrido fue 3,30% y la anual 5,16%.

[2] Consultado en: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

En abril de 2025 la variación anual del IPC fue 5,16%, es decir, 2,00 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 7,16%.

El comportamiento mensual del IPC total en abril de 2025 (0,66%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,10%) y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,74%).

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2024 - 2025 (abril)

IPC	Abril					
	Variación mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
IPC total	0,59	**0,66**	3,34	**3,30**	7,16	**5,16**

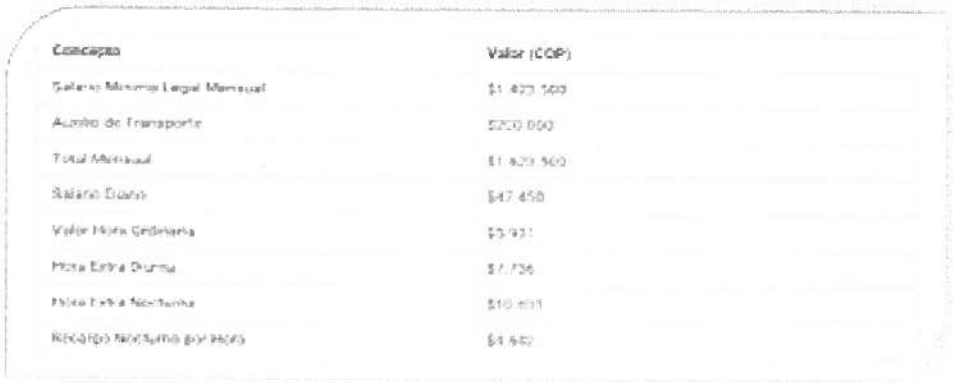
SALARIO MÍNIMO COLOMBIA AÑO 2025

El salario mínimo legal mensual en Colombia para 2025 ha sido establecido en **$1.423.500**, con un auxilio de transporte adicional de **$200.000**, totalizando **$1.623.500** mensuales. Esta medida, oficializada mediante el **Decreto 1572 de 2024**, fue anunciada el 24 de diciembre.

Para la fijación anual del salario mínimo, la Comisión Permanente de Concertación de Políticas Salariales y Laborales deberá decidir a más tardar el 15 de diciembre. En caso de no ser posible, las partes tendrán una nueva oportunidad de buscar consenso antes del 30 de diciembre. Si llegada esa fecha no se logra acuerdo, el Gobierno lo determinará por decreto (**artículo 8, Ley 278 de 1996**).

Por mandato constitucional y legal, el ajuste o aumento del salario mínimo es obligatorio. **Este incremento se efectúa para compensar la pérdida de la capacidad adquisitiva de la moneda y se actualiza anualmente el 1 de enero.**

El día 24 de diciembre de 2024, el Gobierno Nacional publicó el **Decreto 1572 de 2024** a través del cual se fijó el valor del auxilio legal de transporte en COP$200.000, a partir del 01 de enero de 2024



Concepto	Valor (COP)
Salario Mínimo Legal Mensual	$1.423.500
Auxilio de Transporte	$200.000
Total Mensual	$1.623.500
Salario Diario	$47.450
Valor Hora Ordinaria	$5.931
Hora Extra Diurna	$7.726
Hora Extra Nocturna	$10.031
Recargo Nocturno por Hora	$1.982

De acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión cuarta, (CIIU Rev. 4 A.C.), adaptada para Colombia por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), las empresas que pudieran ofrecer los servicios requeridos por la Entidad se pueden clasificar en los siguientes códigos CIIU y actividades económicas:

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.		
Sección	J	Información y comunicaciones.
División	59	Actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música.
Grupo	591	Actividades de producción de películas cinematográficas, video y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión.
Clase	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
División	60	Actividades de programación, transmisión y/o difusión.
Grupo	602	Actividades de programación y transmisión de televisión.
Clase	6020	Actividades de programación y transmisión de televisión.

- **Clase 5911**, incluye la producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, y la producción de avisos comerciales para televisión y salas de cine o teatros.

- **Clase 6020**, incluye, la creación de la programación completa de canales de televisión, a partir de componentes adquiridos para el programa (por ejemplo, películas, documentales, etc.), componentes de producción propia donde el componente de edición es mínimo (por ejemplo, noticias locales, deportes o en directo) o una combinación de estos; la programación puede ser de carácter general o especializado (por ejemplo, en formato limitado, tales como noticias, deportes, educación o programación orientada a los jóvenes), de acceso libre a disposición de los usuarios o de distribución por suscripción; las actividades de transmisión de televisión a través de internet; entre otras actividades.

Retomando el análisis desde un contexto general, podemos traer a colación la Encuesta Mensual de Servicios

(EMS) del DANE publicada el 15 de abril de 2024 donde señala que, *"En febrero de 2024, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con febrero de 2023."* tal como se muestra a continuación:

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (noviembre 2024 / noviembre 2023)

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Noviembre 2024P / noviembre 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	24,0	24,2	0,1	-0,3
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	12,3	12,8	0,0	-0,4
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,7	8,1	0,2	0,4
J	División 58	Actividades de edición	-4,6	-4,0	1,1	-1,7
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	3,3	-6,6	10,0	-0,2
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-0,8	-1,8	0,0	0,9
J	División 61	Telecomunicaciones	0,3	0,4	-0,1	0,0
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	8,2	5,2	2,8	0,1
LN	Sección L. División 68. Sección N Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	5,9	7,4	-1,6	0,1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-6,0	-6,0	0,1	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	-2,0	-1,9	-0,1	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	4,5	4,9	-0,4	0,1
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	1,3	1,3	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	7,7	6,7	0,0	1,0
P	Grupo 854	Educación superior privada	8,4	9,3	0,0	-0,9
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,5	4,7	0,7	0,2
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6,1	5,5	0,5	0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	5,9	2,6	0,3	3,0

Fuente: DANE, EMS
P Cifra provisional

A su vez, el subsector de Producción de películas cinematográficas y programas de televisión, que tal como se puede observar en la gráfica, registró un crecimiento del 3,3% en los ingresos nominales para el mes de noviembre de 2024 comparado con el mismo mes del año 2023.

A continuación, se relacionan los actores y gremios identificados por la entidad que intervienen directa o indirectamente en el sector en estudio y/o específicamente en lo relacionado con los espacios institucionales y mensajes cívicos, a saber:

- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)
- Entidades estatales
- Entidades sin ánimo de Lucro (ESAL)

- Asociaciones de consumidores
- Espacios institucionales asignados a los partidos y movimientos políticos
- Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC)
- Consorcio de Canales Nacionales Privados (CCN)
- Operadores de televisión abierta, de canales privados nacionales, canales públicos nacionales, regionales y locales
- Confederación Colombiana de Consumidores (CCC)

De otro lado, según el informe de gestión de la CRC publicado en 2025, desde el 1 de febrero de 2024 al 31 de enero de 2025, la CRC recibió un total de 34.769 solicitudes, a las cuales dio respuesta en un tiempo medio de repuesta de 4,32 días hábiles. Lo anterior, evidencia la alta eficiencia de esta entidad en sus procesos, teniendo en cuenta que este tiempo se encuentra por debajo de los términos legales establecidos en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Las cifras se pueden observar , en el siguiente cuadro:

Tabla 3. Tiempo Medio de Respuesta febrero de 2024 a enero de 2025

TIPO DE SOLICITUD	PERIODO 2024 - 2025													
	FEBRERO 2024		MARZO 2024		II TRIMESTRE		III TRIMESTRE		IV TRIMESTRE		ENERO 2025		TOTAL	
	No. DE CONSULTAS	TMR	No. DE CONSULTAS	TMR	No. DE CONSULTAS	TMR	No. DE CONSULTAS	TMR	No. DE CONSULTAS	TMR	No. DE CONSULTAS	TMR	No. DE CONSULTAS	TMR
DERECHOS DE PETICIÓN	909	2,7	944	2,9	5.752	3,3	5.019	2,2	3.167	1,7	1.114	2,5	15.961	2,47
CONCEPTOS	14	5,2	19	3,8	94	5,3	145	6,9	103	6,5	24	3,8	380	5,54
SOLICITUDES DE INFORMACIÓN	58	4,3	64	4,0	186	3,7	296	3,6	235	3,2	40	3,6	815	3,69
DERECHOS DE PETICIÓN CONGRESO DE LA REPÚBLICA	7	3,5	4	2,5	16		7	4,1	2	3,5	0	0,0	32	2,78
HOMOLOGACIÓN	1.564	2,2	1.137	2,0	5.228	1,6	4.518	1,6	4.251	1,5	1.120	7,90	16.681	2,95
ESPACIOS INSTITUCIONALES	8	1,8	15	1,8	72	2,2	84	3,1	99	2,9	24	1,0	287	2,19
MENSAJES CÍVICOS	4	3,0	3,0	7,0	17	1,6	15	3,4	27	2,60	2	2,5	65	2,62
RECURSOS DE IDENTIFICACIÓN	36	4,9	29	5,3	102	7,3	42	8,1	138	8,2	38	7,4	356	7,17
SEÑALIZACIÓN	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	6,6	0	0,0	3	1,32
NUMERACIÓN	3	5,7	12	5,1	6	12,1	7	13,2	12	10,9	5	8,2	33	10,01
CÓDIGOS CORTOS	12	5,1	9	4,7	27	5,3	55	7,9	44	8,7	18	7,10	156	6,83
TOTAL	2.615	3,48	2.236	3,56	11.500	4,24	10.188	4,92	8.081	5,12	2.385	4,00		

Fuente: CRC, Elaboración propia

Fuente: CRC

c. Marco Técnico:

Las especificaciones técnicas propias del contrato son las siguientes:

No	Actividad/Subactividad	Unidad	Cantidad
1	**Boletín del Consumidor incluye los siguientes servicios:**	Meses	7
	1. La investigación.		
	2. Creación.		
	3. Guiones-libretos.		
	4. Preproducción.		
	5. Locaciones.		
	6. Grabación en video.		
	7. Edición digital.		
	8. Animación gráficos dibujos animados.		

	9. Intervenciones personaje animado tal cual y otros personajes.		
	10. Post producción		
	11. Efectos digitales.		
	12. Locuciones voces.		
	13. Diseño sonoro con sonorización y efectos.		
	14. Camarógrafos y asistentes.		
	15. Materiales (casetes de video y memorias sd).		
	16. Transporte, viáticos y alimentación personal de producción.		
	17. Gastos administrativos.		
	El Boletín del Consumidor se divulga por los siguientes canales nacionales, regionales y locales de la televisión colombiana:		
	1. CARACOL		
	2. RCN		
	3. CITY TV		
	4. CANAL 1		
	5. SEÑAL INSTITUCIONAL		
	6. SEÑAL COLOMBIA		
	7. TV ANDINA		
	8. TELECARIBE		
	9. TELEANTIOQUIA		
	10. TELECAFÉ		
	11. TELEORIENTE		
	12. TELEPACÍFICO		
	13. CANAL CAPITAL		
	14. CANAL UNIVERSITARIO		
	15. TELEMEDELLÍN		

Con respecto a los productos ofertados y relacionados directamente con el objeto contractual destacan los siguientes dos:

1. Mensajes cívicos: Estos mensajes son utilizados por entidades estatales o sin ánimo de lucro para difundir campañas sociales de interés público en beneficio de la comunidad. Es importante destacar que estos mensajes no pueden contener publicidad, presentar funcionarios públicos como protagonistas, ni utilizar las acciones de entidades públicas como parte personal de sus gestores. Además, se prohíbe cualquier forma de proselitismo político o religioso en dichos mensajes.

2. Espacios institucionales: Estos espacios son reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión Nacional de Televisión. Su propósito es transmitir contenidos realizados por entidades del Estado o producidos por terceros contratados por estas entidades. Estos espacios tienen como objetivo informar a la

ciudadanía sobre el ejercicio de las funciones propias del Estado y promover valores como la unidad familiar, el civismo, la educación, los derechos humanos, la cultura y los principios del Estado en general.

Estos productos tienen como finalidad informar a la ciudadanía sobre temas de interés público y están sujetos a la supervisión y regulación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC). Además, el servicio ofertado busca educar a los consumidores sobre sus derechos y brindarles información relevante sobre productos, servicios y prácticas comerciales. Para lograr esto, el servicio se basa en diferentes técnicas y herramientas que permiten recopilar, analizar y difundir la información de manera efectiva. A continuación, se detallan algunos aspectos técnicos del servicio:

- Recopilación de información: El programa televisivo utiliza diferentes fuentes para recopilar datos relevantes sobre productos y servicios. Estas fuentes pueden incluir investigaciones propias, informes de laboratorios especializados, estudios de mercado, denuncias de los consumidores, entre otros. La recopilación de información se realiza de manera sistemática y rigurosa para garantizar la veracidad y actualidad de los datos.

- Análisis y evaluación: Una vez recopilada la información, se lleva a cabo un proceso de análisis y evaluación. Esto implica examinar detalladamente las características de los productos, su calidad, seguridad, precio, así como las prácticas comerciales asociadas. Se utilizan criterios técnicos y normativos para determinar si los productos cumplen con los estándares establecidos y si las prácticas comerciales son transparentes y justas para los consumidores.

- Elaboración del boletín: Con base en los resultados del análisis y evaluación, se elabora el boletín informativo. Este documento contiene recomendaciones, advertencias y consejos para los consumidores, con el objetivo de orientar sus decisiones de compra y proteger sus derechos. El boletín puede incluir comparativas de productos, rankings, información sobre reclamaciones y denuncias, entre otros aspectos relevantes.

- Difusión del boletín El programa televisivo se difunde a través de diferentes canales de comunicación para alcanzar a la mayor cantidad posible de consumidores. Estos canales pueden incluir medios de comunicación tradicionales, como televisión, radio, prensa, así como medios digitales, como páginas web, redes sociales, boletines electrónicos, entre otros. La difusión se realiza de manera regular, brindando a los consumidores información actualizada y relevante.

- Interacción con los consumidores: El programa televisivo también puede incluir mecanismos de interacción directa con los consumidores, como líneas telefónicas de atención, correos electrónicos, formularios de contacto, redes sociales, entre otros. Estos canales permiten a los consumidores realizar consultas, plantear inquietudes o presentar denuncias relacionadas con productos o prácticas comerciales.

En resumen, el programa televisivo es un servicio que utiliza técnicas de recopilación, análisis y difusión de información para informar y proteger a los consumidores. A través de un enfoque técnico y riguroso, busca empoderar a los consumidores, ayudándoles a tomar decisiones informadas y promoviendo prácticas comerciales justas y transparentes. Como se ha mencionado en líneas anteriores, la CRC es la autoridad competente para gestionar las solicitudes relacionadas con este tipo de productos, en cumplimiento de la Ley 1978 de 2019, la cual moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), distribuye competencias, establece un regulador único y dicta otras disposiciones.

En particular, el Artículo 19 de la Ley 1978 modifica el Artículo 22 de la Ley 1341 de 2009 y asigna a la CRC nuevas competencias, incluyendo la clasificación y regulación de las condiciones de operación y explotación del servicio público de televisión en lo que respecta a los contenidos de programación.

Estos aspectos normativos proporcionan un marco legal para el proceso de contratación del Boletín del Consumidor y garantizan la calidad y el cumplimiento de los requisitos establecidos para los mensajes cívicos y los espacios

institucionales relacionados con el objeto contractual. A continuación, algunos datos importantes sobre el marco regulatorio que permea el servicio a contratar.

Cabe resaltar que, la ejecución del presente objeto contractual supone labores técnicas y cumplir tareas administrativas. Durante la ejecución del contrato se debe garantizar el personal idóneo para el desarrollo del mismo y contar con equipos y herramientas necesarios para la efectiva ejecución del objeto.

De acuerdo con lo anterior, el personal que se requiere para el desarrollo del objeto contractual debe cumplir mínimo con el siguiente perfil:

CANT.	CARGO	PERFIL	EXPERIENCIA	MESES
1	Empresa productora de TV - SEÑAL 3 LTDA.	Producción y realización audiovisual	Producción y realización audiovisual experiencia de 33 años	7
1	Coordinador Administrativo del Contrato	Secretariado comercial, técnico agrícola y veterinario, diplomados, y cursos varios en administración y secretariado técnico.	Manejo y seguimiento administrativo de convenios con el estado, experiencia 30 años.	7
1	Coordinador Tesorería	Contador Público y secretariado comercial	Servicios de contabilidad y manejo financiero y Tributario, Experiencia 7 años.	7
1	Auditor externo	Contador Público, titulado.	Revisoría Fiscal, contable y Tributaria, experiencia 30 años.	7
1	Auxiliar contenidos digitales	Marketing Digital	Contenidos Digitales para las Redes Sociales, Experiencia 6 Meses	7
1	Asistente contenidos digitales	Marketing Digital	Contenidos Digitales para las Redes Sociales, Experiencia 12 Meses	7

Nota: El personal propuesto se requiere durante toda la ejecución del contrato, será responsabilidad del contratista su vinculación y en caso de ser procedente el pago de salarios, prestaciones sociales, indemnizaciones labores u honorarios como corresponda. Se deja constancia que la idoneidad y experiencia de los perfiles es establecida por la Confederación Colombiana de Consumidores de acuerdo con su autonomía como adjudicataria única de los espacios

institucionales especiales por parte de la Comisión de Regulación de Comunicaciones y la manifestación de interés presentada en la Convocatoria Pública abierta adelantada por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

d. Marco Regulatorio o legal

En cuanto a las Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESALES) en general, el reconocimiento y cancelación de la personalidad jurídica de las asociaciones, corporaciones o fundaciones se reglamentó por primera vez a través del **Decreto 1529 de 1990**. Así mismo, en el mencionado decreto se dictaron normas sobre sus estatutos, inscripciones de dignatarios, libros contables, liquidación, inspección y vigilancia. Con relación a la vigilancia e inspección de las ESALES es preciso mencionar que: *"(...) han sido delegadas por el presidente de la República en los gobernadores y en el alcalde mayor del distrito especial de Bogotá, de conformidad con los Decretos 1318 de 1988 y 1093 de 1989."*

De igual manera, el Decreto 085 de 2011 derogado por el Decreto Distrital 530 de 2015, establece las funciones de la Subdirección Distrital de Inspección, Vigilancia y Control de Personas Jurídicas sin Ánimo de Lucro (Superpersonas Jurídicas), dentro de las cuales se encuentran:

- Ejercer la función de inspección, vigilancia y control a las entidades sin ánimo de lucro domiciliadas en Bogotá D.C., sin perjuicio de las competencias asignadas en la materia, a otras entidades y organismos distritales. - Orientar a la ciudadanía y entidades sin ánimo de lucro con domicilio en Bogotá D.C., en relación con el marco de regulación legal y en general, respecto de sus derechos y obligaciones frente a la comunidad y las autoridades públicas en ejercicio del derecho de asociación.

- Administrar, actualizar y operar el Sistema de Información de Personas Jurídicas – SIPEJ, conforme a las reglas que para el efecto determine el Gobierno Distrital y la Dirección Jurídica Distrital.

- Coordinar el ejercicio de la inspección, vigilancia y control de las entidades sin ánimo de lucro, con las demás Entidades y Organismos Distritales que tienen a su cargo el desarrollo de esta función.

- Realizar las acciones y actividades necesarias en coordinación con los sectores de la Administración Distrital, cuyas entidades integrantes tengan funciones de inspección, vigilancia y control a las entidades sin ánimo de lucro, para cumplir con dicha función y/o actividad; entre otras.

Por su parte, la Ley 454 de 1998 reglamentada por el Decreto Nacional 1714 de 2012 *"Define el Marco conceptual que regula la economía solidaria, transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones"*

De igual manera, esta misma Ley en su Artículo 3 Protección, Promoción y Fortalecimiento establece: *"Declárase de interés común la protección, promoción y fortalecimiento de las cooperativas y demás formas asociativas y solidarias de propiedad como un sistema eficaz para contribuir al desarrollo económico, al fortalecimiento de la democracia, a la equitativa distribución de la propiedad y del ingreso y a la racionalización de todas las actividades económicas, en favor de la comunidad y en especial de las clases populares".*

Adicionalmente, en la siguiente tabla se presenta una síntesis de algunas de las normas más importantes en el sector de las Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESALES):

Normatividad ESALES

NORMATIVIDAD	OBJETIVO
Código Civil	El Código Civil comprende las disposiciones legales sustantivas que determinan especialmente los derechos de los particulares, por razón del estado de las personas, de sus bienes, obligaciones, contratos y acciones. (Principalmente en los Artículos 633 y siguientes).
Decreto 2150 de 1995	En su Artículo 40 suprime el acto de reconocimiento de personería jurídica de las organizaciones civiles, las corporaciones, las fundaciones, las juntas de acción comunal y de las demás entidades sin ánimo de lucro. Establece el registro o inscripción de las entidades sin ánimo de lucro en las cámaras de comercio de su domicilio.
Decreto 427 de 1996 (compilado en el Decreto 1074 de 2015).	Plantea que las personas jurídicas sin ánimo de lucro, según lo estipulado en el Decreto 2150 de 1995, se inscribirán en las respectivas cámaras de comercio en los mismos términos y condiciones para el Registro Mercantil de los actos de las sociedades comerciales y establece qué personas jurídicas sin ánimo de lucro se deben registrar ante estas cámaras.
Decreto 4400 del 2004.	Plantea que las organizaciones son contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios sujetos al RTE. Su vigencia debe ser revisada a la luz de lo contenido en la Ley 1819 del 2016 y el Decreto 2150 del 2017.
Decreto 1074 del 2015.	Decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo que, en su capítulo 40, recoge todo lo atinente al registro de las ESAL, incluyendo lo dispuesto en el Decreto 427 de 1996.

Decreto 092 del 2017	Entró en vigor a partir del 1 de junio del 2017 y reglamenta la contratación con Entidades Sin Ánimo de Lucro a la que hace referencia el inciso 2 del Artículo 355 de la Constitución Política.
Decreto 2150 del 2017.	A través del cual se reglamentan las condiciones, prerrogativas y requisitos para que las ESAL se acojan al RTE, conforme a las condiciones previstas en la Ley 1819 del 2016.

Ahora bien, específicamente en lo relacionado con el servicio objeto de estudio, es preciso mencionar que con el presente contrato se podrán atender las disposiciones de la Ley 73 de 1981 *"Por la cual el Estado interviene en la distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor, y se conceden unas facultades extraordinarias"* y, en especial, de sus Decretos reglamentarios 1320 de 1982 y 1441 de 1982 por medio de los cuales se le da el carácter de órgano consultivo del Gobierno a la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), entre otras disposiciones, y *se regula la organización, el reconocimiento y el régimen de control y vigilancia de las ligas y asociaciones de consumidores* en el país, respectivamente.

De igual forma, la Ley 182 de 1995 *"Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones"*, dispone en su Artículo 51 la regulación respecto de la protección al usuario y al consumidor, la cual claramente está alineada con el cumplimiento del objeto contractual que se espera ejecutar con el presente proyecto.

Al respecto, en la circular conjunta 009 de 2011, emitida por el Procurador General de la Nación y el Superintendente de Industria y Comercio señala que *"La CONFEDERACIÓN es una asociación sin ánimo de lucro cuya finalidad es la de agrupar los consumidores para la defensa de sus intereses, para luchar contra el incremento del costo de vida y para fomentar la productividad en general (...)"*.

De otro lado, continuando con el marco regulatorio o legal especifico y aplicable al servicio a contratar, hay que mencionar el Artículo 9 del Acuerdo CNTV 002 de 2011 que define los espacios institucionales como *"aquellos reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión Nacional de Televisión para la radiodifusión de contenidos realizados por entidades del Estado, o cuya producción haya sido contratada por éstas con terceros, con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio propio de sus funciones, y destinados a la promoción de la unidad familiar, el civismo, la educación, los derechos humanos, la cultura y, en general, orientados a la divulgación de los fines y principios del Estado"*.

Por último, es de anotar que, dentro de la normatividad específica del servicio a adquirir también se encuentra la Resolución 64 de 2000 de la Comisión Nacional de Televisión, *"Por la cual se reglamenta la emisión de los espacios institucionales en el servicio público de televisión en todos los niveles de cubrimiento"*, la Ley 1480 de 2011 *"Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones"* y la Resolución 7334 DE 2024

de la Comisión de Regulación de Comunicaciones "Por medio de la cual se asignan los espacios institucionales especiales de protección del consumidor para el periodo comprendido entre el 31 de marzo de 2024 y el 30 de marzo de 2025".

4. ESTUDIO DE OFERTA

4.1. Vendedor

Tal como se mencionó en el numeral 3, literal a. -Marco organizacional-, del presente documento, en este caso particular el servicio requerido por el Ministerio del Interior responde a unas necesidades específicas cuyas características técnicas demandan la exclusividad de la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) al ser el único proveedor que cuenta con la propiedad intelectual y legal del Boletín del Consumidor, espacio institucional mediante el cual se busca continuar fortaleciendo las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, así como brindar la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera. En este sentido, tomando en cuenta que la CCC es una entidad privada sin ánimo de lucro se presenta un breve análisis al respecto.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) define a las Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESALES) de la siguiente manera: "personas jurídicas legalmente constituidas cuyos aportes, utilidades o excedentes no son reembolsados, ni distribuidos bajo ninguna modalidad, ni directa o indirectamente, ni durante su existencia, ni en el momento de su disolución y liquidación, puesto que persiguen un fin social o comunitario. Los rendimientos o aportes obtenidos en una Entidad Sin Ánimo de Lucro son reinvertidos en el mejoramiento de sus procesos o en actividades que fortalecen la realización de su objeto social. Las ESAL tienen como principal fuente de ingreso los dineros recibidos por parte de personas naturales, jurídicas o entidades públicas en representación del Estado, por medio de las donaciones".

Debido a que las entidades sin ánimo de lucro cumplen con funciones de carácter social que en general impactan de forma positiva en el desarrollo de una sociedad, el Estado les otorga algunos beneficios de tipo tributario. Al respecto la DIAN señala que: "Las entidades que pertenecen al Régimen Tributario Especial tienen un tratamiento diferencial en el Impuesto sobre la Renta, pues están sometidas a la tarifa especial del veinte por ciento (20%) sobre el beneficio neto o excedente determinado en un periodo gravable, y que, además probablemente tendrá el carácter de exento cuando se destine directa o indirectamente, en el año siguiente a programas que desarrollen un objeto social".

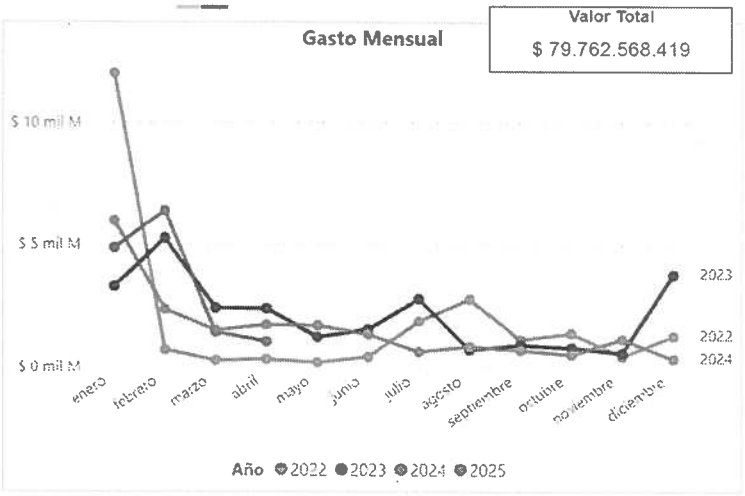
Por su parte, el Sistema de Cuentas Nacionales define las ESALES como "entidades jurídicas o sociales creadas para producir bienes y servicios, cuyo estatuto jurídico no les permite ser fuente de ingreso, beneficios u otras ganancias financieras para las unidades que las establecen, controlan o financian". Es importante resaltar que dichas entidades han adquirido gran importancia como prestadoras de servicios sociales, generadoras de empleo e impulsoras de la economía.

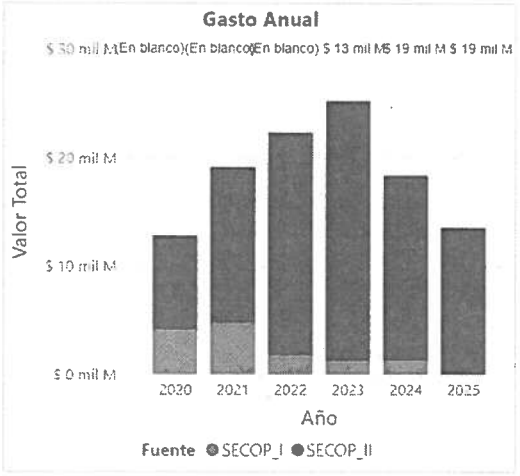
Las ESALES se caracterizan principalmente por:

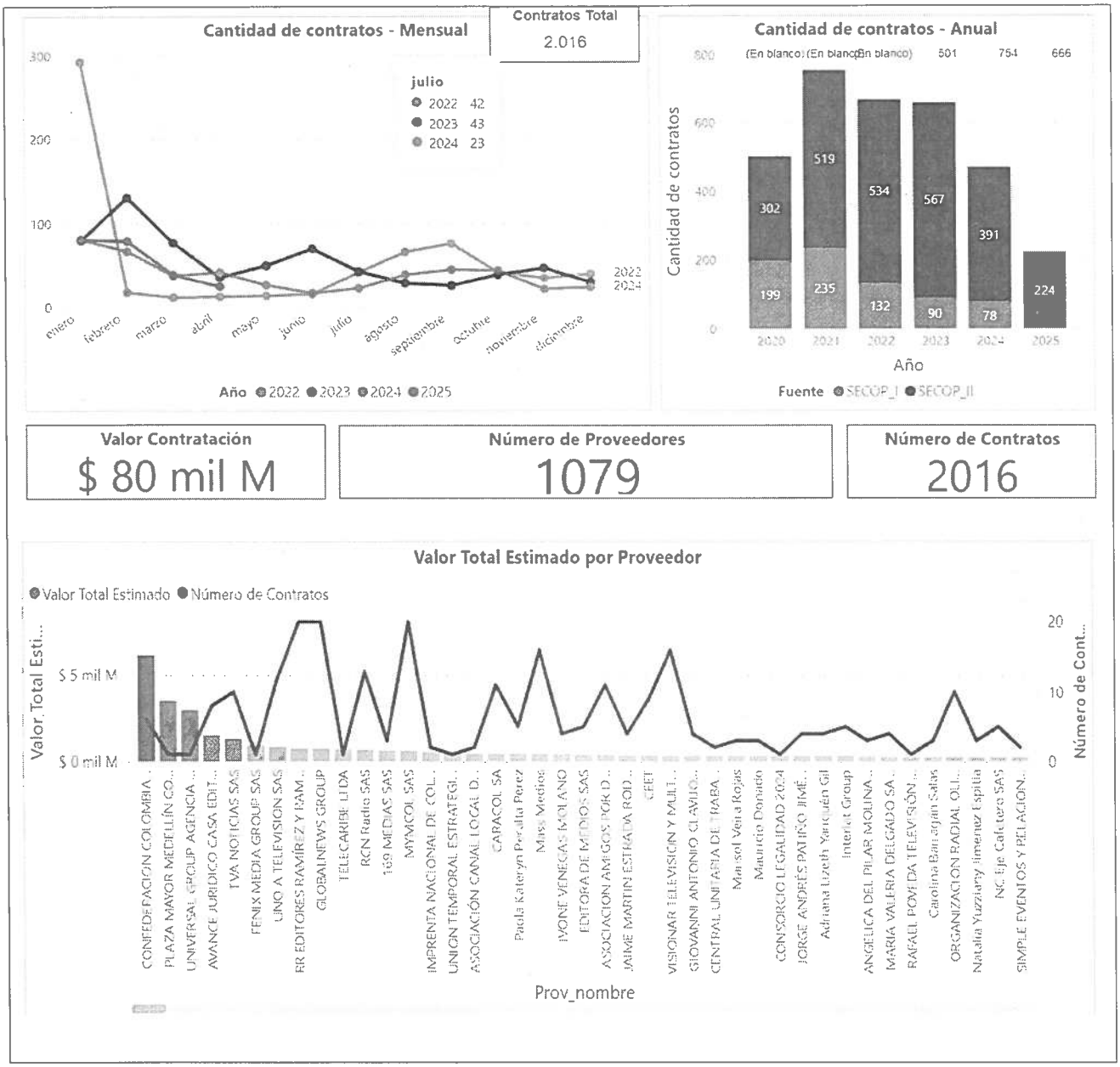
- Ausencia de lucro, por ende, no hay reparto de utilidades en el desarrollo de su objeto.
- Ser una organización legalmente constituida, de carácter civil que se rige por el derecho privado.
- Su patrimonio está destinado por completo a cumplir con su finalidad social.
- Su finalidad atiende al interés general beneficiando a un número plural de personas, en forma tal que su cumplimiento contribuye a la consecución de los fines del estado.
- Los excedentes que pudiera generar se reinvierten exclusivamente en la realización de su objeto organizacional.
- Son expresión del derecho de asociación y de iniciativa privada.
- Promueve valores como la justicia social, equidad, democracia, entre otros, mediante el cumplimiento de su objeto organizacional.

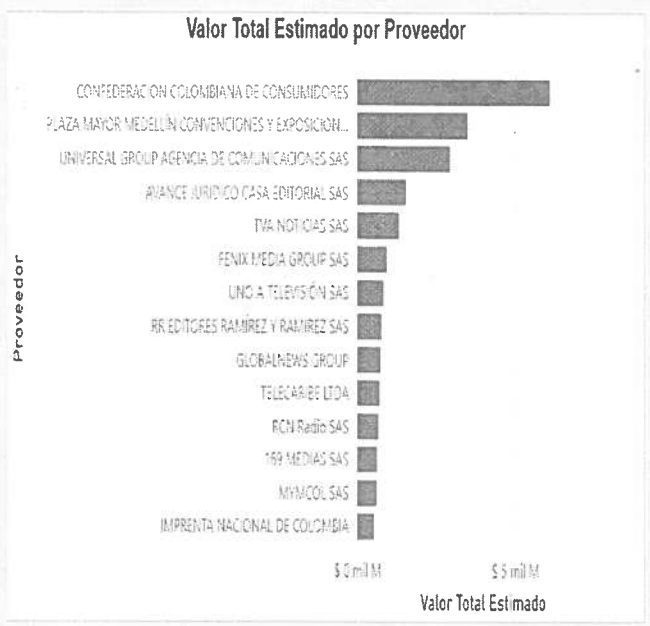
Ahora bien, respecto del comportamiento histórico de la contratación de la Confederación Colombiana de Consumidores, se procedió a realizar la validación en la herramienta del Modelo de Abastecimiento Estratégico dispuesta por Colombia Compra Eficiente que permite observar el comportamiento histórico de la contratación realizada a través de las plataformas SECOP I y SECOP II, relacionadas con: (i) gasto mensual, (ii) gasto anual, (iii) cantidad e contratos mensual y anual, (iv) valor total de la contratación, (v) numero de contratos, (vi) modalidad de selección y (vi) comportamiento de los bienes y servicios de UNSPSC, entre otros como se muestra a continuación bajo los siguientes filtros:

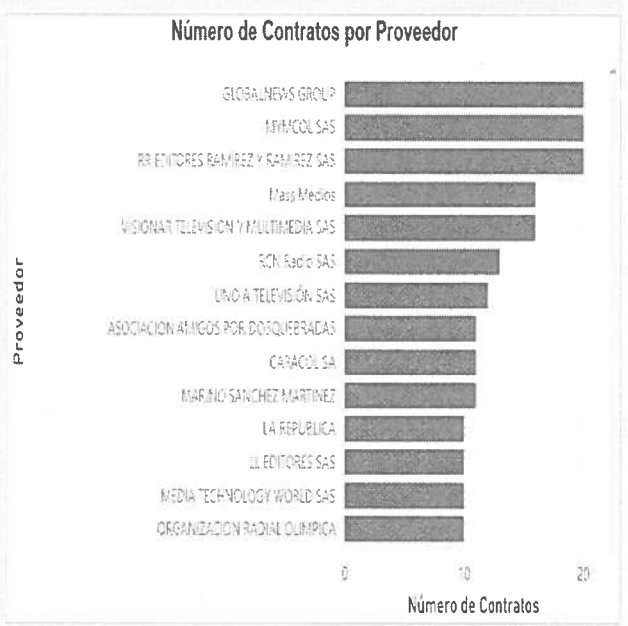
- Años: 2022, 2023, 2024 y 2025
- Plataforma: SECOP I y II
- Segmento / Familia / Clase: 82111900

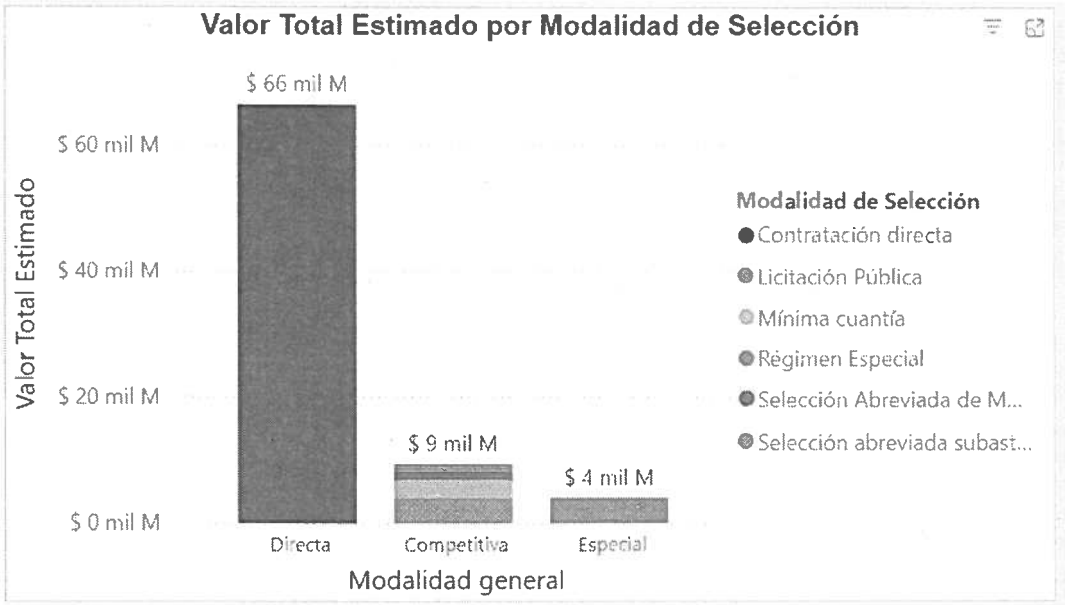


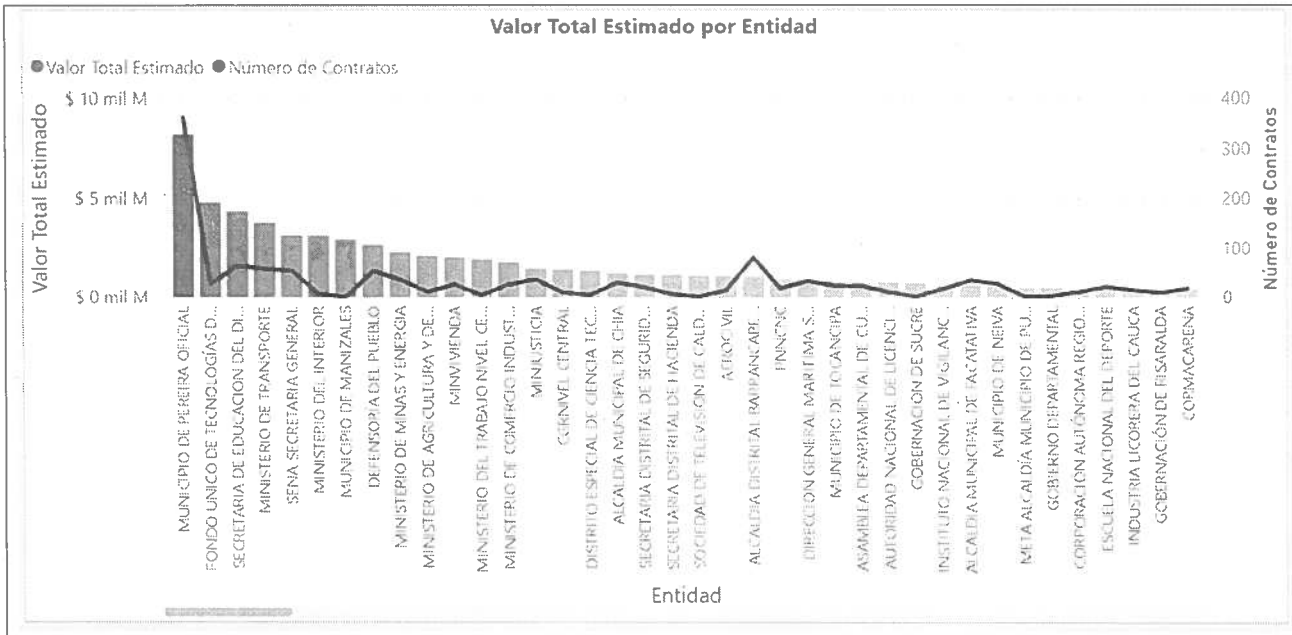



Cantidad de contratos - Mensual
Contratos Total
2.016
julio
2022 42
2023 43
2024 23
enero
febrero
marzo
abril
mayo
junio
julio
agosto
septiembre
octubre
noviembre
diciembre
Año 2022 2023 2024 2025
Cantidad de contratos - Anual
(En blanco) (En blanco) (En blanco) 501 754 666
Cantidad de contratos
302
199
519
235
534
132
567
90
391
78
224
2020
2021
2022
2023
2024
2025
Año
Fuente SECOP_I SECOP_II
Valor Contratación
$ 80 mil M
Número de Proveedores
1079
Número de Contratos
2016
Valor Total Estimado por Proveedor
Valor Total Estimado Número de Contratos
Valor Total Esti...
$ 5 mil M
$ 0 mil M
Número de Cont...
20
10
0
CONFEDERACION COLOMBIA...
PLAZA MAYOR MEDELLÍN CO...
UNIVERSAL GROUP AGENCIA ...
AVANCE JURIDICO CASA EDIT...
TVA NOTICIAS SAS
FENIX MEDIA GROUP SAS
UNO A TELEVISION SAS
RR EDITORES RAMÍREZ Y RAM...
GLOBALNEWS GROUP
TELECARIBE LTDA
RCN Radio SAS
1&9 MEDIAS SAS
MYMCOL SAS
IMPRENTA NACIONAL DE COL...
UNION TEMPORAL ESTRATEGI...
ASOCIACIÓN CANAL LOCAL D...
CARACOL SA
Paola Katheryn Peralta Perez
Miss Medios
IVONE VENEGAS MOLANO
EDITORA DE MEDIOS SAS
ASOCIACION AMIGOS POR D...
JAIME MARTIN ESTRADA ROD...
CET
VISIONAR TELEVISIÓN Y MULT...
GIOVANNI ANTONIO CLAVIJO...
CENTRAL UNITARIA DE TRABA...
Marisol Vera Rojas
Mauricio Donado
CONSORCIO LEGALIDAD 2024
JORGE ANDRÉS PATIÑO JIMÉ...
Adriana Lizeth Yanguén Gil
Interlat Group
ANGELICA DEL PILAR MOLINA...
MARIA VALERIA DELGADO SA...
RAFAEL POMEDA TELEVISIÓN ...
Carolina Barragan Salas
ORGANIZACION RADIAL OLL...
Natalia Yuzziary Jimenez Espitia
NC Eje Cafetero SAS
SIMPLE EVENTOS Y RELACION...
Prov_nombre


Valor Total Estimado por Proveedor
CONFEDERACION COLOMBIANA DE CONSUMIDORES
PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICION...
UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS
AVANCE JURIDICO CASA EDITORIAL SAS
TVA NOTICIAS SAS
FENIX MEDIA GROUP SAS
UNO A TELEVISIÓN SAS
RR EDITORES RAMIREZ Y RAMIREZ SAS
GLOBALNEWS GROUP
TELECARIBE LTDA
RCN Radio SAS
169 MEDIAS SAS
MYMCOL SAS
IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
Proveedor
$ 0 mil M
$ 5 mil M
Valor Total Estimado


Número de Contratos por Proveedor
GLOBALNEWS GROUP
MYMCOL SAS
RR EDITORES RAMIREZ Y RAMIREZ SAS
Mass Medios
VISIONAR TELEVISION Y MULTIMEDIA SAS
RCN Radio SAS
UNO A TELEVISIÓN SAS
ASOCIACION AMIGOS POR DOSQUEBRADAS
CARACOL SA
MARIANO SANCHEZ MARTINEZ
LA REPUBLICA
JJ EDITORES SAS
MEDIA TECHNOLOGY WORLD SAS
ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA
Proveedor
0
10
20
Número de Contratos


Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
$ 66 mil M
$ 60 mil M
$ 40 mil M
$ 20 mil M
$ 0 mil M
Valor Total Estimado
$ 9 mil M
$ 4 mil M
Directa
Competitiva
Especial
Modalidad general
Modalidad de Selección
Contratación directa
Licitación Pública
Mínima cuantía
Régimen Especial
Selección Abreviada de M...
Selección abreviada subast...



Finalmente, como datos relevantes se identificó que el valor total de los contratos es aproximadamente por $80 mil millones de pesos, para un total de 2016 contratos que la históricamente se registran en la herramienta del Modelo de Abastecimiento Estratégico para los años 2022, 2023, 2024 y lo que va del año 2025, adicionalmente bajo la modalidad de selección de contratación directa la cuantía aproximada es $66 mil millones de pesos y bajo el régimen especial $4 mil millones de pesos.

REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL – RUES

El Comité Económico Estructurador procede a realizar la verificación de que las empresas cotizantes cumplan con la actividad económica requerida para el proceso a estructurar, esta información es revisada en la página del RUES (Registro Único Empresarial), es verificada por el siguiente link: https://www.rues.org.co/

Se realiza la revisión que se encuentre activo en el registro mercantil, que su actividad económica cumpla con el objeto contractual que el Ministerio del Interior pretende contratar y que no esta no se encuentre con multas o sanciones:

Registro Entidades Sin Ánimo de Lucro

Numero de Matricula	90002293
Ultimo Año Renovado	2025
Fecha de Renovacion	20250331
Fecha de Matricula	19970228
Fecha de Vigencia	Indefinida
Estado de la matricula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO
Tipo de Organizacion	LAS DEMÁS ORGANIZACIONES CIVILES,CORPORACIONES,FUNDACIONES
Categoria de la Matricula	SOCIEDAD o PERSONA JURIDICA PRINCIPAL o ESAL
Fecha Ultima Actualizacion	20250401
Emprendimiento Social	N

ESTUDIO DEL MERCADO

El día jueves 25 de marzo de 2025, mediante conversación vía telefónica se le solicitó a la Confederación Colombiana de Consumidores que allegaran propuesta y documentos, la misma fue remitida por el proveedor vía ControlDoc Radicado 2025-1-003300-024220 ID 516959 de fecha 02 de abril de 2025 por valor de $1.114.100.000.

CLASE	CORRESPONDENCIA RECIBIDA
IDCONTROL	516559
RADICADO	2025-1-003300-024220
AÑO	2025
PRIORIDAD	NORMAL
NRO-GUÍA/CÓDIGO POSTAL	0
MEDIOS DE RECEPCIÓN - ENVÍO	ENTREGA PERSONAL
VERIFICACIÓN IMAGEN	IMAGEN VERIFICADA
DETALLE	PROPUESTA PARA SUSCRIBIR UN NUEVO CONTRATO ENTRE EL MINISTERIO DEL INTERIOR Y LA CONFEDERACION COLOMBIANA DE CONSUMIDORES
NOTIFICACIÓN	PERSONAL
FIRMANTE	CONFEDERACIÓN COLOMBIANA DE CONSUMIDORES : -
DESTINATARIO(S)	DIRDEMOCRACIA MESA DE ENTRADA: Secretario
UNIDAD ADMINISTRATIVA	DESPACHO DEL VICEMINISTRO GENERAL DEL INTERIOR
OFICINA PRODUCTORA	DIRECCIÓN PARA LA DEMOCRACIA, LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LA ACCIÓN COMUNAL

Los precios incluyen todos los costos y los demás gastos inherentes al cumplimiento satisfactorio del objeto contractual, inclusive los imprevistos, gastos de administración, impuestos, contribuciones y utilidades del Contratista. Estos precios no estarán sujetos a revisiones ni cambios.

A continuación, se incluye la ficha técnica y el cuadro de distribución de presupuesto que se encuentra en la oferta de la Confederación Colombiana de Consumidores:

PRESUPUESTO					
PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO					
No.	**Actividad/Subactividad**	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
1	1 coordinador Administrativo del Contrato	Mes	7	$ 5.824.000	$ 40.768.000
2	1 coordinador Tesorería	Mes	7	$ 4.480.000	$ 31.360.000
3	1 auditor externo	Mes	7	$ 2.464.000	$ 17.248.000
4	1 auxiliar contenidos digitales	Mes	7	$ 1.680.000	$ 11.760.000
5	1 asistente contenidos digitales	Mes	7	$ 2.800.000	$ 19.600.000
SUBTOTAL					$ 120.736.000
OTROS COSTOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO					
Televisión: El programa de mensajes propuesto para ser emitido en el Boletín del Consumidor, incluye la Investigación, Creación, Guiones- Libretos, Preproducción, Locaciones, Grabaciones, Edición Digital, Animación Gráficos Dibujos Animados, Intervenciones personaje "TAL CUAL" y otros personajes, Postproducción, Efectos Digitales, Locuciones-voces, Diseño sonoro- Sonorización y Efectos, Camarógrafos y Asistentes, Materiales, Transportes, Viáticos y alimentación personal de producción, Gastos Administrativos.					
No.	**Actividad/Subactividad**	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
6	Producción de mensajes de TV para ser emitidos en el boletín del consumidor.	Mes	7	$141.909.142	$993.364.000
SUBTOTAL				**$ 106.540.889**	$993.364.000
TOTAL					**$ 1.114.100.000**

NOTA: La auditoría externa se establece con el fin de verificar la información financiera de la ejecución del contrato, proporcionando una opinión independiente sobre la calidad de las inversiones, gastos, costos y demás valores asociados a la operación del contrato, ya que si bien la Confederación Colombiana de Consumidores cuenta con Revisoría Fiscal por orden Legal, la auditoría externa garantiza independencia en el seguimiento a la ejecución presupuestal del contrato y un control autónomo respecto de dichas inversiones.

De igual forma se deja constancia de que los valores establecidos para cada perfil relacionado corresponde a la valoración de la Confederación Colombiana de Consumidores de acuerdo con su experticia en el desarrollo, producción y emisión de los espacios televisivos y la autonomía que le otorga la Comisión de Regulación de Comunicaciones a través de la asignación de los espacios institucionales. .

4.2 Dinámica de producción, distribución y entrega

La cadena de valor del sector audiovisual en el contexto de la convergencia tecnológica se compone de tres grandes segmentos que abarcan los actores involucrados, así como los modelos de negocio actuales y futuros para la provisión de contenidos a través de Internet. Estos segmentos son los siguientes:
Canales de televisión: En este primer segmento, se utilizan los recursos del espectro radioeléctrico para desplegar la infraestructura necesaria para la radiodifusión de la señal o el transporte entre las estaciones radiodifusoras y el centro de distribución. Una vez que esta infraestructura está en funcionamiento y se cuenta con los contenidos apropiados, se pueden ofrecer canales de televisión que finalmente son consumidos por los usuarios a través de sus televisores.

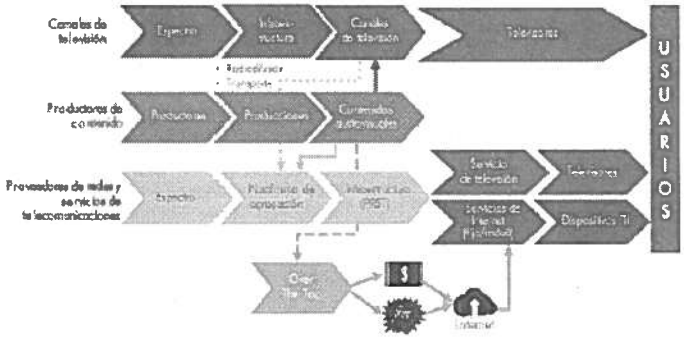
Creación de contenidos: El segundo segmento se centra en la producción de contenidos audiovisuales. Aquí encontramos a los productores independientes, quienes pueden estar asociados a un canal específico o trabajar con grupos de aliados para proyectos particulares. Estos productores son responsables de crear y producir contenidos que luego se pondrán a disposición de los usuarios. Esta etapa implica la conceptualización, guionización, grabación, postproducción y demás procesos relacionados con la creación de contenido audiovisual.

Proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones: En el tercer segmento se encuentran los proveedores de infraestructura de redes y servicios de telecomunicaciones. Estos proveedores son fundamentales para facilitar la entrega de contenidos audiovisuales a los usuarios finales. Proporcionan la infraestructura de telecomunicaciones necesaria para transmitir los contenidos a través de Internet y otras redes, asegurando la conectividad y la calidad del servicio. Estos proveedores pueden incluir empresas de telecomunicaciones, operadores de Internet y otros actores que participan en la distribución de los contenidos audiovisuales.

Estos tres segmentos se interrelacionan y dependen entre sí para ofrecer una experiencia completa de consumo de contenidos audiovisuales. Los canales de televisión dependen de la infraestructura de redes y servicios de telecomunicaciones para llegar a los usuarios, mientras que la creación de contenidos proporciona los insumos necesarios para alimentar la programación de los canales.

La siguiente imagen ofrece una representación gráfica del proceso de producción y entrega del servicio:

Esquema 2–1. Cadena de valor y actores



En conclusión, la cadena de valor del sector audiovisual abarca desde la infraestructura de transmisión de señales hasta la producción de contenidos y la provisión de servicios de telecomunicaciones. Esta cadena de valor es

fundamental para el funcionamiento de la industria audiovisual y la oferta de contenidos a los usuarios en el contexto actual de convergencia tecnológica.

5. ANALISIS FINANCIERO

5.1. Verificación de requisitos financieros

De conformidad con el Artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015 se analizan los estados financieros de la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) con el fin de determinar el cumplimiento de los indicadores de capacidad financiera y capacidad organizacional mínimos que demuestren la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato. En este sentido, se presentan a continuación las definiciones de los indicadores financieros establecidos en los numerales 3. "Capacidad Financiera" y 4. "Capacidad Organizacional", del mencionado Decreto:

- **Capacidad Financiera:** los siguientes indicadores miden la fortaleza financiera de la empresa:
-
  - **Índice de Liquidez:** El índice de liquidez (IDL = activo corriente / pasivo corriente), pretende determinar si los recursos de la empresa, a corto plazo, son suficientes para afrontar sus obligaciones, también a corto plazo. *"Refleja la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones corrientes, guardando cierto margen de seguridad en previsión de alguna reducción o pérdida en el valor de los activos corrientes".*
  - **Nivel de endeudamiento:** El nivel de endeudamiento (NDE = Pasivo total / Activo total) indica el grado de apalancamiento de la compañía o la participación de los acreedores sobre los activos de la compañía.
  - **Razón de Cobertura de Intereses:** Este indicador establece una relación entre las utilidades operacionales de la empresa y los gastos por intereses, los cuales están, a su vez, directamente relacionados con el nivel de endeudamiento. En este indicador se verifica la capacidad de la empresa para realizar los pagos de intereses. La razón de cobertura de intereses se calcula mediante la fórmula RCI = Utilidad Operacional / Gastos de intereses.
  - **Capital de Trabajo:** Representa, en términos absolutos, la liquidez operativa de la empresa, es decir, la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo (menor a un año). Resulta de restarle al pasivo corriente los activos corrientes. Contar con capital de trabajo positivo favorece el desarrollo eficiente del objeto social de una compañía.

- **Capacidad Organizacional:** los siguientes indicadores miden el rendimiento de las inversiones y la eficiencia en el uso de activos de la empresa:

  - **Rentabilidad del Patrimonio:** La rentabilidad del patrimonio (ROE = Utilidad Operacional / Patrimonio), *"permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y la rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos de la rentabilidad de los accionistas."*
  - **Rentabilidad del activo:** La rentabilidad del activo (ROA = Utilidad Operacional / Activo Total), "*se considera como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia, es un indicador para juzgar la eficiencia en la Gestión Empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos."*

Ahora bien, para obtener información de referencia se analizaron los estados financieros de la CCC del año 2024, el cual se resumen a continuación:

INFORMACIÓN FINANCIERA CON CORTE 31 DE DICIEMBRE DE 2024

NOMBRE DEL INDICADOR		CUENTA	2024
INGRESOS ACTIVIDAD ORDINARIA			$ 2.673.740.000
CAPACIDAD FINANCIERA	INDICE DE LÍQUIDEZ	ACTIVO CORRIENTE	$ 1.355.284.305
		PASIVO CORRIENTE	$ 705.132.931
	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL	$ 717.132.931
		ACTIVO TOTAL	$ 3.852.527.414
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	-$ 289.038.475
		GASTOS DE INTERESES*	ND
	CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE	$ 1.355.284.305
		PASIVO CORRIENTE	$ 705.132.931
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	-$ 289.038.475
		PATRIMONIAL NETO	$ 3.852.527.414
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	-$ 289.038.475
		ACTIVO TOTAL	$ 3.852.527.414

Nota *: Información de Gastos de Intereses no disponible.

Con base en los análisis expuestos anteriormente, se establecen los indicadores de capacidad financiera y capacidad organizacional de la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) a saber:

INFORMACIÓN FINANCIERA CON CORTE 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2024				
NOMBRE DEL INDICADOR		CUENTA	2024	VECES / PORCENTAJE
INGRESOS ACTIVIDAD ORDINARIA				
CAPACIDAD FINANCIERA	INDICE DE LÍQUIDEZ	ACTIVO CORRIENTE	1,92	VECES
		PASIVO CORRIENTE		
	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL	0,19	PORCENTAJE
		ACTIVO TOTAL		
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	0	VECES
		GASTOS DE INTERESES*		
	CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE	$ 650.151.374	PESOS
		PASIVO CORRIENTE		
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	-7,50%	PORCENTAJE
		PATRIMONIAL NETO		
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	-7,50%	PORCENTAJE
		ACTIVO TOTAL		

Nota:** Para efectos de determinar cuál es el rango de tamaño aplicable por actividad económica, se consideró la correspondencia de acuerdo con lo dispuesto en el parágrafo 4° del Artículo 2.2.1.13.2.2 del Decreto número 1074 de 2015 (sector servicios).

Aquí es importante mencionar que, tratándose de una entidad sin ánimo de lucro (ESAL) y teniendo en cuenta que la ausencia de lucro es una de las características fundamentales de este tipo de entidades, se considera consecuente los indicadores de razón de cobertura de intereses.

El Índice de Liquidez muestra la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En 2024, el índice de liquidez fue de 1,92 veces, lo que indica que la empresa tenía activos corrientes 1,92 veces mayores que sus pasivos corrientes.

En cuanto al Índice de Endeudamiento se podría decir que el indicador muestra la proporción de deuda en relación con los activos totales de la empresa. En 2024, el índice de endeudamiento fue del 0,19%, lo que indica que la empresa tenía una deuda muy baja en comparación con sus activos totales.

De otra parte, durante el año 2024 analizado, el índice de Cobertura de Intereses fue de 0,00 veces, así como la rentabilidad del patrimonio y del activo fue en negativo, esto debido a dos factores: el primero es que, por tratarse de una entidad sin ánimo de lucro, la Confederación no generó utilidades, pero tampoco paga intereses distintos a los intereses por cesantías. Se evaluó como aspecto relevante, la calidad del servicio, la experiencia y la reputación de la entidad, la satisfacción de los clientes o contratos anteriores, la competencia en el mercado, entre otros.

En este caso particular, el equipo técnico de la Dirección considera viable la contratación porque la entidad ha demostrado que puede ofrecer un servicio de alta calidad y satisfacer las necesidades de sus clientes. En algunos casos, los resultados financieros pueden estar afectados por inversiones en expansión, estrategias a largo plazo o situaciones temporales que no reflejan necesariamente la calidad del servicio en sí.

En este orden de ideas, habiendo realizado un análisis integral que incluyó la evaluación de su experiencia, referencias en procesos anteriores, calidad del servicio, costos, oferta disponible, garantías y términos contractuales como factores relevantes para el servicio que se requiere, el equipo técnico sugiere adelantar el proceso de contratación de la CCC.

De otra parte, el valor del contrato será hasta la suma de **MIL CIENTO CATORCE MILLONES CIEN MIL PESOS M/CTE ($1.114.100.000)**, incluidos los impuestos a que haya lugar. Los precios incluyen todos los costos y los demás gastos inherentes al cumplimiento satisfactorio, inclusive los imprevistos, gastos de administración, impuestos, contribuciones y utilidades del Contratista. Estos precios no estarán sujetos a revisiones y cambios.

A continuación, se incluye el cuadro de distribución de presupuesto que se encuentra en la oferta de la Confederación Colombiana de Consumidores:

6. ESTUDIO DE DEMANDA

6.1 Histórico de contratación en el Ministerio del Interior

Durante los últimos años la Entidad ha celebrado los siguientes procesos de contratación para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera, así como otros procesos de contratación con objetos similares que pueden ser objeto de comparación en el presente estudio, tal como se evidencia a continuación de la información extraída de los Datos Abiertos del SECOP I y II:

Numero	Vigencia	Valor del convenio	Modalidad de selección	Objeto
1614	2024	$1.079.500.000	Contratación Directa	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para

					el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera.
	1957	**2023**	**$1.021.200.000**	**Contratación Directa**	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera.
	1863	**2022**	**$967.000.000**	**Contratación Directa**	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera
	1134	**2021**	**$940.300.000**	**Contratación Directa**	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera.
	805	**2020**	**$885.900.000**	**Contratación Directa**	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera; de igual manera, divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores y la comunidad en general.
	1009	**2019**	**$886.300.000**	**Contratación Directa**	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera; de igual manera, divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores y la comunidad en general
	M-1129	**2018**	**$886.338.137**	**Contratación Directa**	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para garantizar el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles información, orientación, capacitación y apoyo institucional; de igual manera, divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores en

				particular y la comunidad en general.
M-1195	2017	$860.522.463	Contratación Directa	"Aunar esfuerzos técnicos, económicos y administrativos para trabajar por el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general".
M-808	2016	$1.427.439.985	Contratación Directa	Aunar esfuerzos técnicos, económicos y administrativos, para trabajar por el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general.
M-679	2015	$1.372.538.447	Contratación Directa	Aunar esfuerzos técnicos, económicos y administrativos para trabajar por el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general.
M-039	2014	$1.647.498.862	Contratación Directa	Trabajar por el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y

				políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general.

6.1.1 Modalidad de selección del contratista.

El contrato que se pretende celebrar corresponde a un **contrato por prestación de servicios** mediante la modalidad de contratación directa con proveedor exclusivo considerando que no existe pluralidad de oferentes en el mercado colombiano para el servicio requerido por la Entidad. En este sentido, tal como se mencionó anteriormente, el contrato que se pretende celebrar se realizará con la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), quien actualmente es la única entidad que puede brindar espacios al Ministerio del Interior a través del "Boletín del Consumidor" para dar a conocer los programas y políticas que interesan a los consumidores y comunidad en general.

La normatividad aplicable a este tipo de contratación se encuentra contemplada en el Artículo 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de 2015 que establece: *"Se considera que no existe pluralidad de oferentes cuando existe solamente una persona que puede proveer el bien o el servicio por ser titular de los derechos de propiedad industrial o de los derechos de autor, o por ser proveedor exclusivo en el territorio nacional"* y el Artículo 24, literal d) de la Ley 80 de 1993, que establece *"Del principio de Transparencia -d) Para la prestación de servicios profesionales o para la ejecución de trabajos artísticos que sólo puedan encomendarse a determinadas personas naturales o jurídicas, o para el desarrollo directo de actividades científicas o tecnológicas".*

Anexo: Matriz de Riesgo

CRISTIAN CAMILO CHAPARRO CAMARGO
Director para la Democracia, la Participación Ciudadana y la Acción Comunal (E)

Elaboró: Rosamelia Piñeres- Contratista GPC
Revisó: Robinson Vergara Vergara- Coordinador GPC
Aprobó: Cristian Chaparro Camargo- Director (E) DDP

Archivar en: 1103.47.05 Procesos y Procedimientos Apoyo – Proceso de Gestión Contractual